

## 最近の家計収支の特徴

### 1 最近の支出の変化

#### (1) 税制改正による影響

発泡酒の購入数量は改正前まで週末ごとに徐々に増加、たばこの支出金額は改正前日に急増  
平成 15年は、5月には発泡酒、7月にはたばこの税率の引き上げなど家計の支出に直接影響を  
与える出来事があった。

発泡酒とビールの月別の1世帯当たりの購入数量の動きを、発泡酒の税率の引き上げがあった平成  
15年5月の前後でみると、発泡酒は引き上げ直前の4月には前年の同じ月に比べ大きく増加して  
いるが、引き上げが行われた5月には減少している。一方、ビールは1月から夏に向かって増加する  
例年の傾向に変化はない。

なお、平成 15年4月の発泡酒の購入数量はビールの購入数量をわずかながら上回っている。これ  
は家計調査で発泡酒の集計を始めた12年1月以来初めてである(図 26)。

次に、たばこは、月別の1世帯当たりの支出金額が年間を通して1,000~1,100円程度で推移し  
ており、支出金額の変動が少ない品目であるが、発泡酒での傾向と同じように税率の引き上げ直前  
の6月に支出金額が大きく増加している。また、税率の引き上げが行われた7月には支出金額が大幅  
に減少したものの、8月以降は以前の水準に戻っている(図 27)。

年間を通してみると、発泡酒の購入数量は、平成 12年(10.22ℓ)、13年(17.29ℓ)、14年(20.68ℓ)  
と年々増加していたが、15年は21.73ℓとわずかな増加にとどまった。また、たばこの支出金額は、  
平成 12年(14,519円)、13年(13,695円)、14年(13,001円)と減少していたが、15年は13,038  
円と税率の引き上げの影響もあって増加となった。

図 26 発泡酒とビールの月別購入数量  
の推移(全国 全世帯)

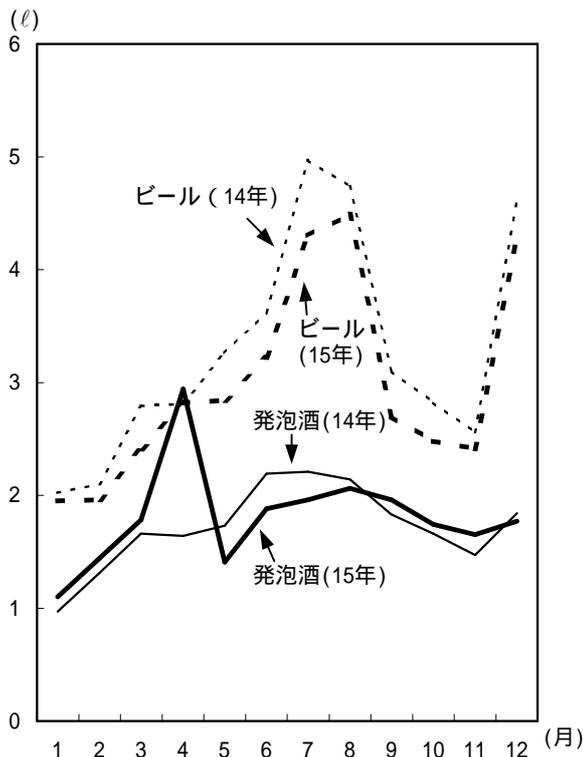
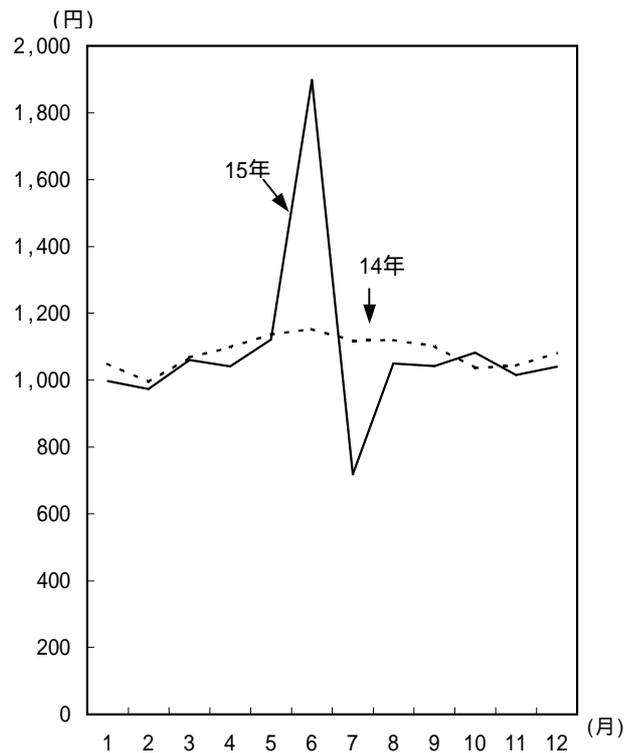


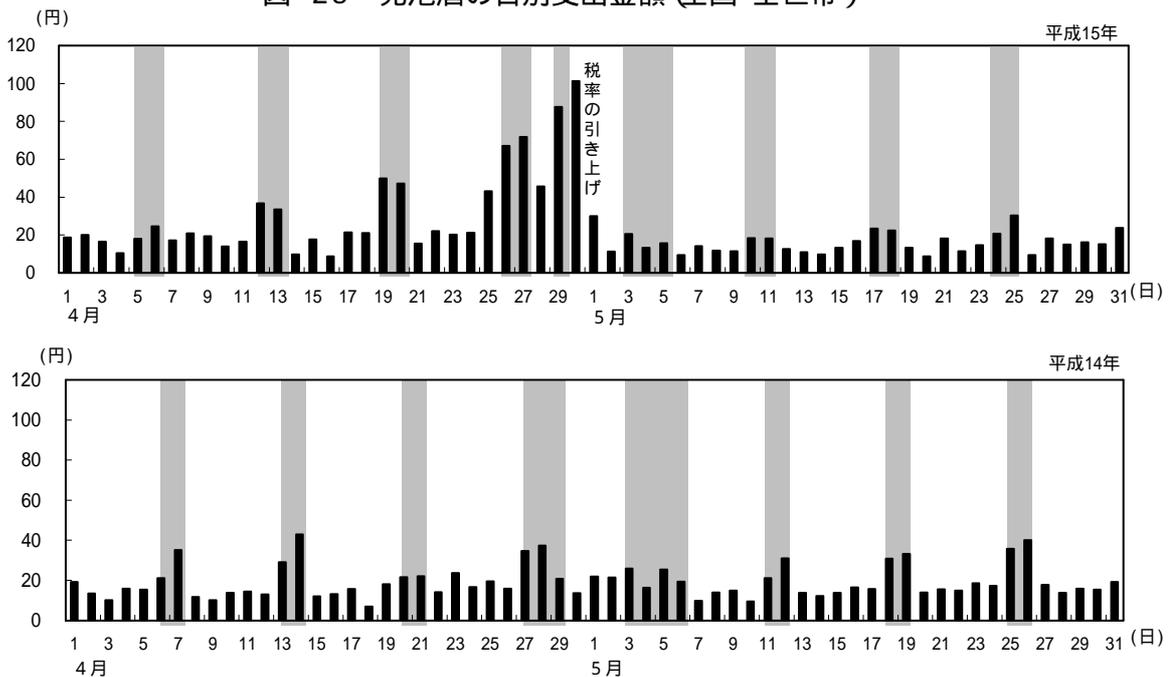
図 27 たばこの月別支出金額の推移  
(全国 全世帯)



次に、発泡酒とたばこの支出金額を税率の引き上げ前の月から引き上げ後の月にかけて日別にみると、発泡酒は、引き上げ前の4月の中旬以降週末の支出金額が徐々に増加し、29日の休日と引き上げ前日の30日は、平成14年4月の1日当たりの平均金額に比べ約5倍となっている。平成14年の支出金額と比べても、4月は多くなっているが、5月は少なくなっている(図28)。

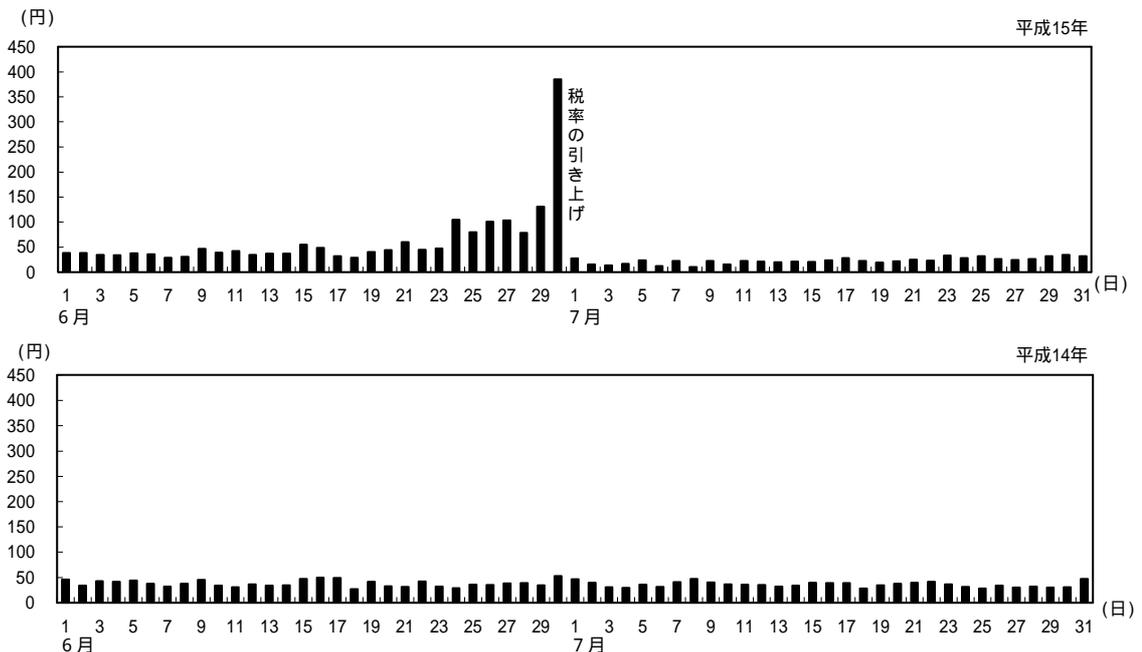
一方、たばこは6月の最後の1週間に大幅に増えている。特に税率の引き上げ前日の30日は、平成14年6月の1日当たりの平均金額に比べ約10倍となっている。平成14年の支出金額と比べても、7月に入ってからは少なくなっている(図29)。

図 28 発泡酒の日別支出金額(全国 全世帯)



注 網掛けの部分は土曜日・日曜日 祝日を表す。

図 29 たばこの日別支出金額(全国 全世帯)



## (2) 冷夏の影響

冷夏で夏季商品や電気代が減少

平成 15年の夏は ,平均気温が低く ,10年ぶりの冷夏となった。

夏季商品の支出について7月と8月の合計値を1世帯当たりで過去3年平均(以下「例年」という)と比較すると,すいか,ビールと発泡酒の合計は,購入数量でそれぞれ29.3%,9.9%下回り,アイスクリーム・シャーベットは,支出金額で20.3%下回っており,例年に比べ大幅に減少している。この傾向は,平成15年と同じように冷夏だった10年前の5年と同様である(図30)。

一方,冷夏の中で支出が増加した品目もある。カップラーメンを含む即席めんの購入数量をみると,平成15年は例年を7.6%上回っている(図31)。

また,冷夏は光熱費にも影響を与えている。光熱費の支払いは使用した月の翌月となるため,8月と9月の合計値で比較すると,夏季に冷房器具の使用などにより支出が多くなる電気代は,冷夏であった平成5年,15年では例年をそれぞれ6.3%,13.9%下回っている。逆にガス代は,例年をそれぞれ14.4%,5.6%上回っている(図32)。

図 30 夏季商品の支出(7月と8月の合計値)(全国 全世帯)

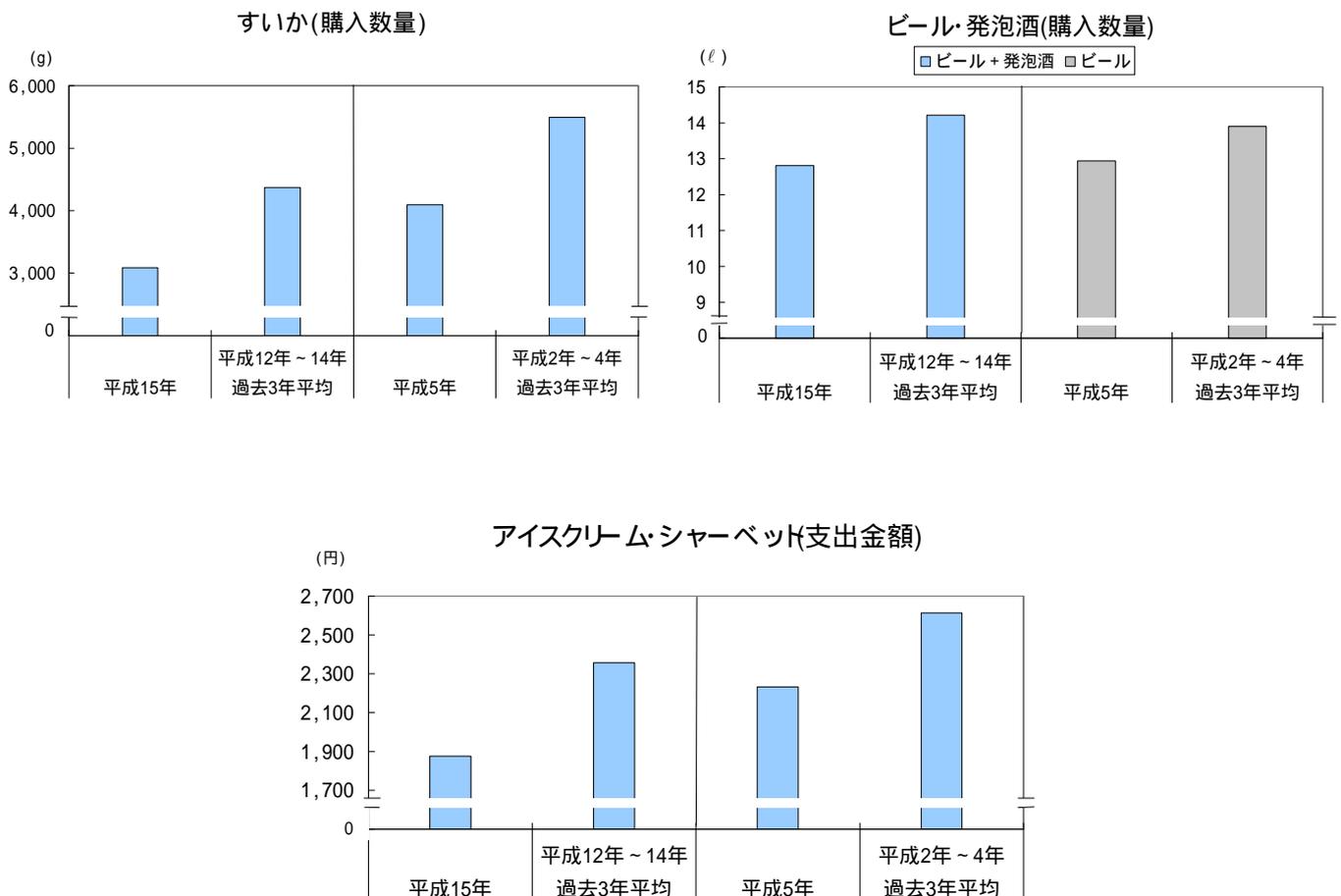


図 31 即席めんの購入数量(7月と8月の合計値)(全国 全世帯)

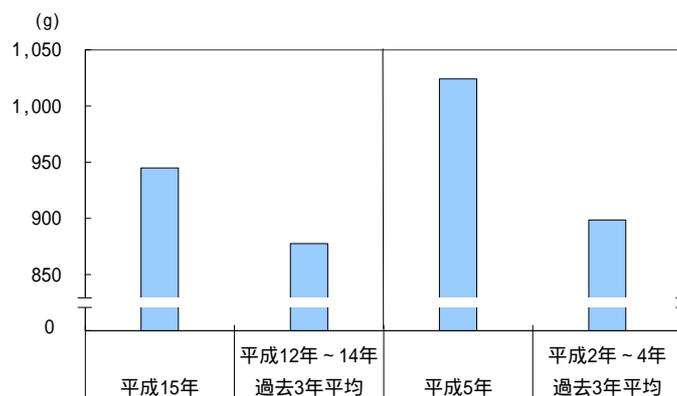
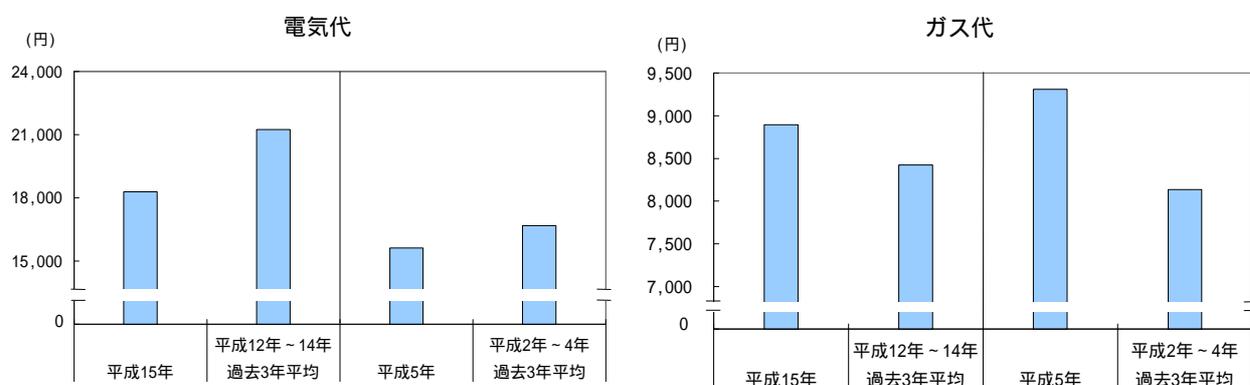


図 32 電気代とガス代の支出金額(8月と9月の合計値)(全国 全世帯)



### (3) 健康志向

#### 年齢とともに高まる健康保持用摂取品への支出

近年、高齢化の進展や医療費の自己負担の増加等もあって、健康に対する関心が高まっている。医薬品、保健医療用品・器具、保健医療サービス及び健康保持用摂取品を含む保健医療について、1世帯当たりの年間の支出金額について、その推移を平成7年を100とした指数でみると、7年以降緩やかな上昇を続け、15年は124.8となった。このうち健康保持用摂取品についてみると、平成12年まで緩やかな上昇を続けた後、13年は175.0と大幅に増加した。平成14年はダイエット食品による肝障害などの健康被害が相次いだこともあり前年に比べ低下したものの、15年は再び大幅に上昇し、199.8となった(図33)。

また、健康保持用摂取品の年間の支出金額を世帯主の年齢階級別にみると、平成15年は年齢階級が高くなるほど支出金額が多くなっている。5年前の平成10年と比べてみると、30歳未満の世帯及び30～39歳の世帯ではやや少なくなっているのに対し、40～49歳から上の年齢階級の世帯では多くなっており、特に60歳以上の世帯では、10年の10,144円から15年の19,554円へと約2倍となっている(図34)。

図 33 保健医療の支出金額指数の推移 (全国 全世帯)

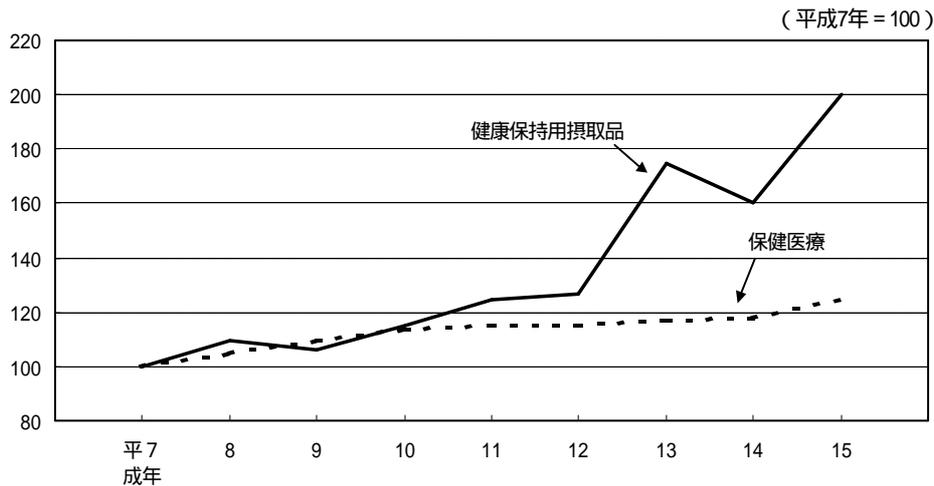
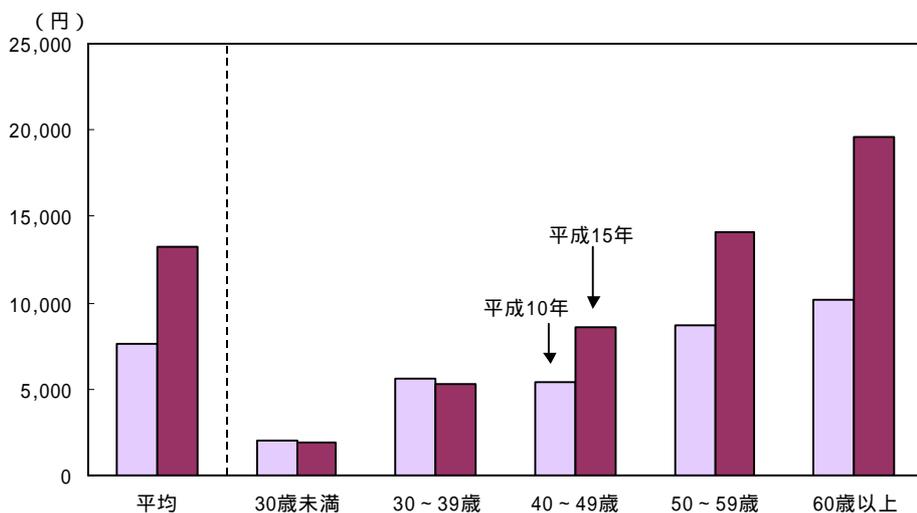


図 34 世帯主の年齢階級別健康保持用摂取品の支出金額 (全国 全世帯)



(注) 健康保持用摂取品とは、栄養成分の補給など保健、健康増進のために用いる食品であって、錠剤、カプセル、顆粒状、粉末状など通常の医薬品に類似する形態をとるもの。

## (5) 家電製品の価格の変化

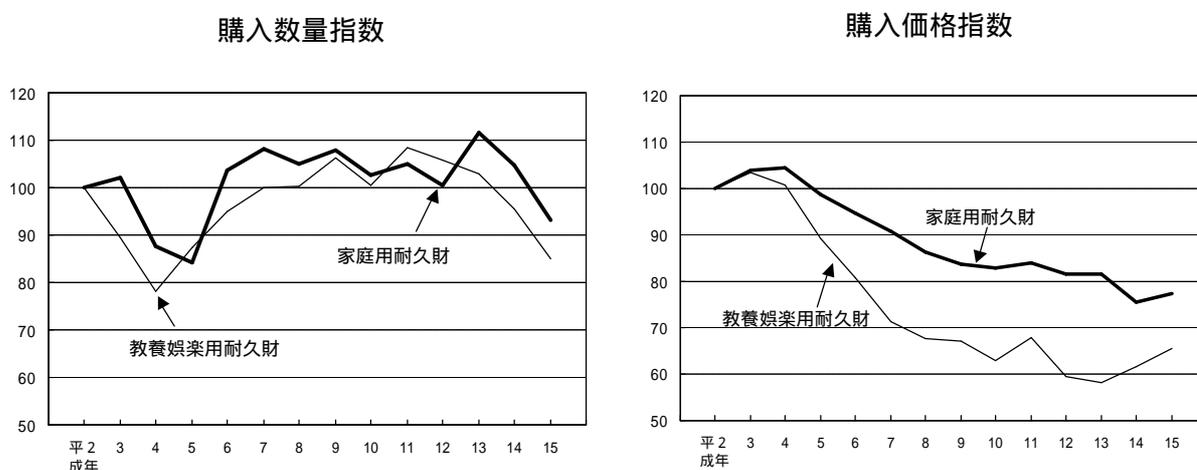
### 主な家電製品の価格は上昇

家庭用耐久財又は教養娯楽用耐久財に含まれる家電製品について、1世帯当たりの購入数量及び購入価格の推移を平成2年を100とした指数で見ると、家庭用耐久財の購入数量指数は、4年、5年と、景気後退や冷夏などの影響により、2年連続で平成2年の水準を大幅に下回ったものの、6年から12年まで平成2年を上回る水準で推移し、13年には家電リサイクル法(注)施行前の駆け込み需要などの影響もあって大幅に上昇した後、14年、15年と2年連続して低下している。また、教養娯楽用耐久財の購入数量指数は、平成3年、4年に大幅に低下した後、5年から11年まではおおむね上昇傾向を示していたが、12年以降は低下傾向となり、14年、15年と2年連続で平成2年の水準を下回った。

一方、購入価格指数は、家庭用耐久財、教養娯楽用耐久財ともに平成5年から13年までおおむね低下傾向を示していたが、14年に教養娯楽用耐久財が上昇に転じ、15年には家庭用耐久財も上昇した(図38)。

(注) 特定家庭用機器再商品化法(平成10年法律第97号)の略称

図 38 家庭用耐久財及び教養娯楽用耐久財の購入数量指数及び購入価格指数の推移  
(全国 全世帯)  
(平成2年 = 100)



(注) 1. 購入数量指数及び購入価格指数の算出対象とした品目は、以下のとおり

家庭用耐久財…… 電子レンジ、炊事用電気器具、電気冷蔵庫、電気掃除機、電気洗濯機、シンク、エアコンディショナ、ストーブ、温風ヒーター、電気こたつ

教養娯楽用耐久財… テレビ、ステレオセット、テープレコーダ、ビデオテープレコーダ、ビデオカメラ

2. 購入数量指数は、対象品目各々について平成2年を基準として指数化し、さらに、平成2年の支出金額をウエイトとして加重平均することにより算出した。

3. 購入価格指数は、支出金額指数を購入数量指数で除することにより算出した。

家庭用耐久財のうち、電気冷蔵庫、電気洗濯機及びエアコンディショナについて、購入数量及び購入価格の推移を平成2年を100とした指数で見ると、電気冷蔵庫の購入数量指数は、平成5年から9年までおおむね上昇傾向で推移し、10年以降はおおむね低下傾向で推移している。一方、購入価格指数は、14年までおおむね低下傾向を示していたが、15年は上昇した。

電気洗濯機の購入数量指数は、平成10年以降、平成2年の水準を下回り、14年、15年と2年連続で低下しているが、購入価格指数はおおむね上昇傾向にある。

エアコンディショナの購入数量指数は、平成4年から5年にかけて、景気後退や天候不順の影響で大幅に減少した後、6年以降は水準を戻したが、15年は冷夏の影響などで平成2年の水準を下回った。なお、平成13年は家電リサイクル法施行前の駆け込み需要などにより大幅に増加している。購入価格指数は、平成5年以降、おおむね低下傾向にあるもののその低下幅は縮小している。

次に、教養娯楽用耐久財のうちテレビについてみると、購入数量指数は、平成3年、4年と2年連続の低下となったが、5年以降は平成2年の水準を上回って推移している。また、購入価格指数は、平成4年以降、おおむね低下傾向を示していたが、14年及び15年は、価格の高いPDP(プラズマ・ディスプレイ・パネル)、液晶などの薄型テレビや、地上波デジタル放送(15年12月開始)対応の新機種の発売などもあり上昇した(図39)。

なお、テレビの購入価格を世帯主の年齢階級別に5年前の平成10年と比較すると、40~49歳から下の年齢階級の世帯では低下しているのに対し、50~59歳から上の年齢階級の世帯では上昇しており、年齢の高い世帯での購入価格の上昇が、テレビの購入価格指数の上昇に寄与している(図40)。

図 39 主な家電製品の購入数量指数及び購入価格指数の推移 (全国 全世帯)  
(平成2年 = 100)

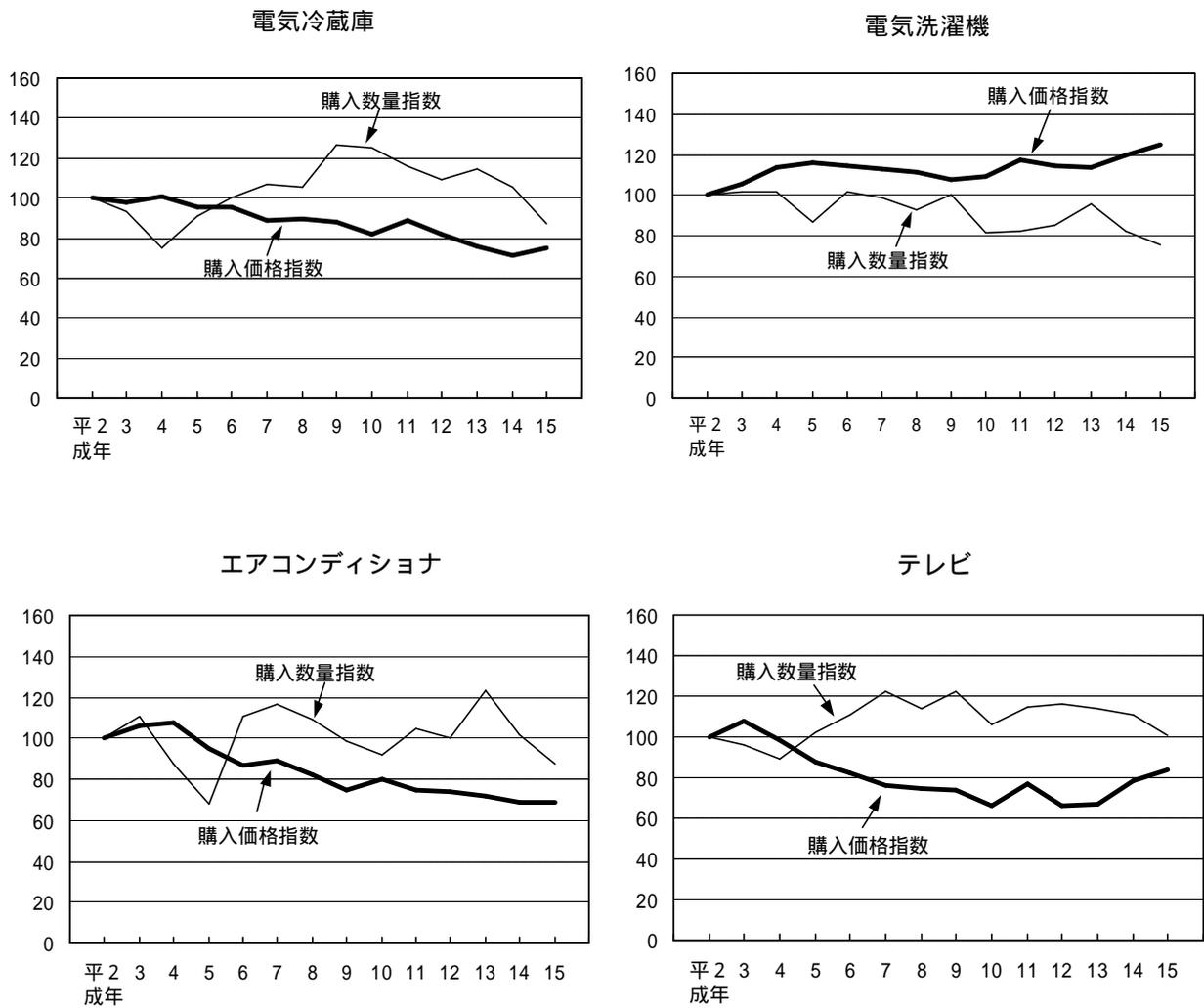
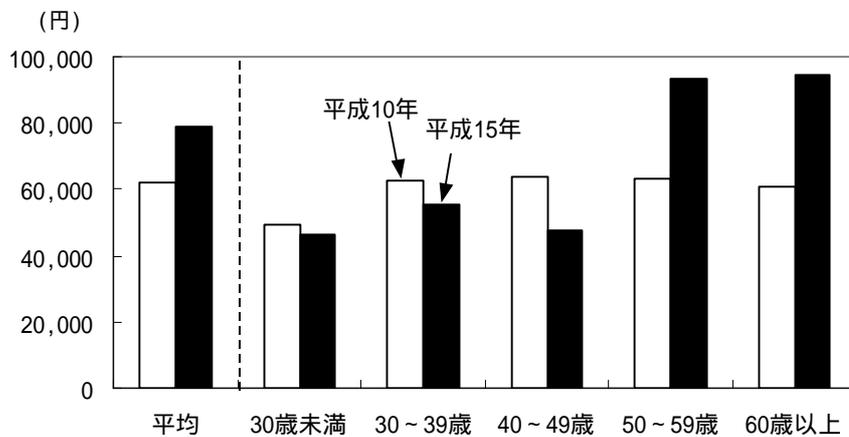


図 40 世帯主の年齢階級別テレビの購入価格 (全国 全世帯)



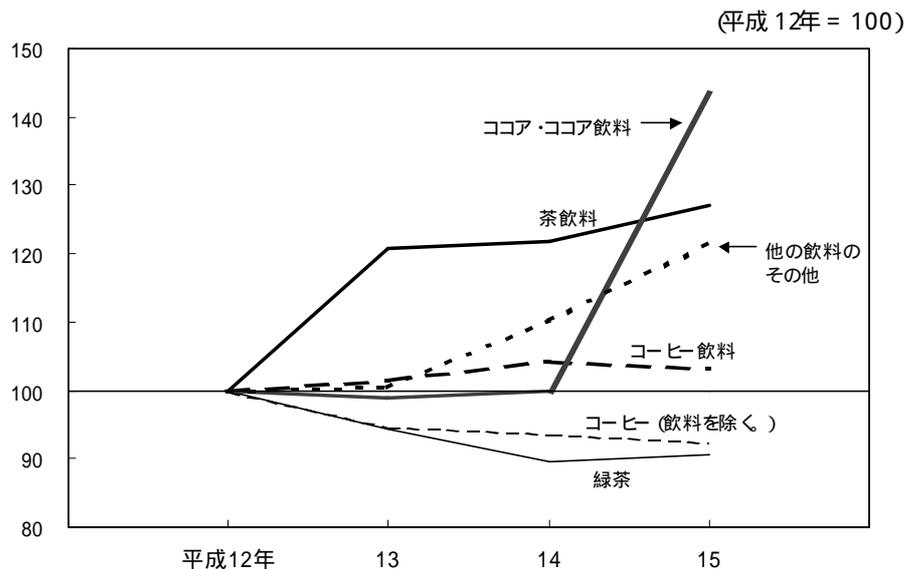
#### (4) 飲料・酒類の消費

##### 大幅に伸びたココア・ココア飲料

主な飲料について1世帯当たりの年間の支出金額について、その推移を平成12年を100とした指数でみると、ココア・ココア飲料は12年、13年、14年とあまり変化がみられなかったが、15年はその栄養価が注目されたこともあり、143.2と平成12年の水準を大幅に上回った。また、飲料酢、アミノ酸飲料及びミネラルウォーターなどを含む「他の飲料のその他」は上昇を続け、平成14年に110.2、15年には121.6となった。

また茶類とコーヒーそれぞれについて飲料と茶葉・コーヒー豆に分けてみると、茶飲料は平成13年に大幅に上昇した後、緩やかに上昇を続け15年に127.0となった。コーヒー飲料も上昇傾向にあり、15年は103.1と14年に比べやや低下したが、12年、13年を上回る水準となっている。一方、緑茶(茶葉のみ)、コーヒー(飲料を除く)はどちらも低下傾向にあり、平成15年にはそれぞれ90.6、92.4となった(図35)。

図 35 飲料の支出金額指数の推移(全国 全世帯)



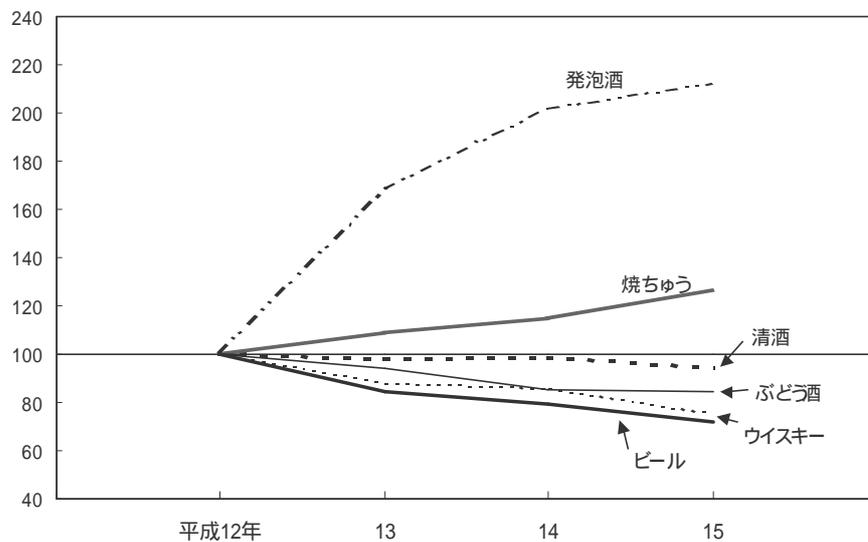
伸びる発泡酒,焼酎

酒類について1世帯当たりの年間の購入数量について,その推移を平成12年を100とした指数で見ると,12年以降ビール,ウイスキー及びぶどう酒が低下傾向となっており,清酒も15年は93.8と低下している。一方,発泡酒,焼酎は上昇傾向にあり,平成15年はそれぞれ212.6,126.7となっている(図36)。

また,焼酎及び清酒の購入数量の推移を10年前の平成5年からみると,清酒は5年の13,713mlから15年の10,164mlまで減少傾向で推移した。一方,焼酎は平成5年の5,030mlから増加傾向で推移し,15年は8,730mlとなっている(図37)。

図 36 酒類の購入数量指数の推移 (全国・全世界)

(平成12年 = 100)



(注) 「ウイスキー」は輸入ウイスキーと国産ウイスキーを合計したもの

図 37 清酒,焼酎の購入数量の推移 (全国・全世界)

